

低门槛、高回报：遇见小黄鸭共享门店投资模式解析，电商运营+软件开发服务，微三云麦超讲解

产品名称	低门槛、高回报：遇见小黄鸭共享门店投资模式解析，电商运营+软件开发服务，微三云麦超讲解
公司名称	深圳市微三云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市南山区粤海街道海珠社区海德三道199号天利中央商务广场702C11
联系电话	13929266321 13543762209

产品详情

低门槛、高回报：遇见小黄鸭共享门店投资模式解析，电商运营+软件开发服务，微三云麦超讲解

重要介绍：

微三云企业价值观愿景：成为值/得/信/赖和尊敬的移动互联网公司 1 .

我们致力于为员工提供一份满意和值得自豪的工作 2 . 我们致力于为服务好每一个合作伙伴 3 .

我们致力于成为移动互联网技术和产品的公司 4 . 我们致力于承担更多的社会责任

企业新零售转型共识：私域人力投入越多越好 私域人力投入与经营效果正相关，投入越多效果越好。调研数据显示，日经营流水越高的商家，私域人力投入水平则越高；同时，私域人力投入水平越高，其GMV 增长的可能性越大。

由此可见，较高的私域人力投入水平，能够正向刺激商家经营表现，形成良性循环。

欢迎关注微三云最新推出的创新应用营销模式系统，比如思购臻选秒杀模式、美丽天天秒链动 2+1 奖励模式，全民拼购模模式、社交盲盒系统，泰山众筹模式，太爱速 m 秒杀寄售模式，盲盒社交电商系统、秒杀拼购系统、预售拼购模式、拼商抽奖模式、消费返利模式，共享 WIFI 广告模式，有钱还众筹还债模式，推三返一系统，共享购嗨购模式，乐分享模式，盲盒抢拍系统，广告电商模式，NFT/NFG 电商系统等，更多详细介绍欢迎百度搜索微三云麦超。

共享门店+共享股东+商业模式案例分析

第一部分：“遇见小黄鸭”模式

遇见小黄鸭采用了实体社交、互联网和社交电商相结合的商业模式。该品牌通过共享门店和共享股东模式，在短短18个月内成功创立了2000多家门店，并迅速在全国范围内扩张。遇见小黄鸭的社交电商模式具有强大的市场潜力和竞争力。是如何做到的呢？

今天跟随小编聊一聊小黄鸭的商业模式。

遇见小黄鸭主要是线下门店为主，线上配送为辅。

三大系列产品：休闲卤味+时尚饮品（果茶）+梦幻甜点

遇见小黄鸭三店合一，满足95后和00后年轻人的味蕾和社交需！

行业前景：高频率刚需+重复消费+健康=生活用品生活用品+品牌市场空白+互联网空白=卤味(食品)

休闲食品行业年产值过1.5万亿，其中卤味占4000亿，连续5年递增，复合增长率12.9%，其中绝，黑，煌三家占比11%左右，也才千亿市场

剩下的89%都是小摊小贩及当地小品牌。

遇见小黄鸭门店的主要主线产品

主线产品目前共3个口味，14款单品。预包装食品，解决食品安全隐患，恒温16度以下可储存7-10天，适合居家旅游，便于携带。

遇见小黄鸭门店副线产品----“冰-冰爽果茶

目前共计13款单品，其中热饮4款，冷饮9款。以鲜榨果茶为主健康卫生。

遇见小黄鸭副线产品--梦幻甜品

副线产品“甜”，目前共计11款单

品。甜品采用动植物奶油，原材料健康，小份糕点便于销售和携带。以女性群体和小朋友喜爱主题为主。

以上是遇见小黄鸭的产品线、

遇见小黄鸭商业模式

实体社交为引擎+互联网为驱动+创业裂变+覆盖全国

传统加盟店，除了交加盟费、管理费外。自己还需要再去选址、租店门，工商注册、装修、设备购买、人员招聘培训、门店运营管理等等.....

在遇见小黄鸭29800投资入股一家实体门店，公司全托管运营，公司专业的人做专业的事，股东只投资、剪彩、分红

经营方式：全托管

门店由总公司负责统一经营和管理（包括门店的选址、装修、房租、设备caigou、系统的搭建、工商注册、广告投放；产品的研发、生产、运输、销售；员工的招聘、培训等等一系列工作都由公司来做），合伙人只投资和分红，真正做甩手掌柜。合伙制开店规避传统加盟模式痛点！

遇见小黄鸭商业架构

1、总公司占股51%

2、合伙人整体占股49%：1位合伙人代表+11位合伙人

即一个门店=公司+12个合伙人组成

其中1位合伙人代表占股5%

投资金额：49800元

（成为代表有招商任务，需完成6个招商名额或者自己买断6个，也就是1+6，部分地区1+12才可以成为代表）

11位合伙人各占股4%

投资金额：32800元

遇见小黄鸭结算方式

传统门店按月结、季结、半年或年结，按照传统模式分红，时间长了肯定会扯皮，且分工不均、意见不合，门店需要要有利润才可以进行分红！

遇见小黄鸭按打款顺序自动组合，从门店开业当天就可以营收分红，我们用互联网技术实现全新结算方式，日流水分红，每单分红！

小程序后台与门店系统连接，合伙人实时查看门店销售情况！

遇见小黄鸭分红标准：

1.合伙人代表分红：

日流水*58%固定比例 * 5%占股比例+日流水*2%管理奖

以一个门店日营业额5000为例：

合伙人代表分红： $5000 * 58% * 5% + 5000 * 2% = 245$ /天

2. 合伙人分红：

日流水*58%固定比例 * 4%占股比例

以一个门店日营业额5000为例：

合伙人分红： $5000 * 58% * 4% = 116$ /天

遇见小黄鸭两大保障

- 1、保证每个店至少经营三年，三年后经营好继续经营，则继续按股分红，一次性投资长期收益
- 2、迁店保障：门店连续3个月平均日流水低于1500启动免费迁店，公司负责免费迁店，一年可以迁店两次，合伙人无需承担其他任何费用。

以上就是遇见小黄鸭的整个商业模式的结构。

这个商业模式非常合适现在的大部分实体行业，在疫情后的经济下行的时代，只有不断找出路的企业才能快速逆风翻盘。这个商业模式的软件，我司已经完全开发。有想利用共享股东模式转型的企业家老板欢迎咨询交流

第二部分：门店共享店铺+商业模式系统+快速裂变

共享股东，门店共享是近年来兴起的一种商业模式。它将传统的股东制度与共享经济理念相结合，为企业和个人带来了新的商机和发展机会。在这种模式下，多个股东共同投资和共享门店资源，实现了资源的zui大化利用和经济效益的zui大化。

这篇文章，小编带你介绍相关概念与共享股东的实际落地运营

享股东模式的优点包括以下几个方面：

1. 风险分摊：多个股东共同投资门店，可以将风险进行分散，降低个体股东的经营风险。
2. 资源共享：共享股东可以共同分享门店的资源，包括物质资源如场地、设备等，也包括人力资源如员工、管理团队等。通过共享资源，可以降低成本、提高效率。
3. 互补优势：不同股东可能具有不同的专业背景、经验和技能，通过合作共享，可以实现资源的互补，提升门店的经营和管理水平。

4. 灵活性：共享股东模式可以更灵活地应对市场变化。不同股东可以根据市场需求和个人情况进行灵活调整，增加或减少股权比例，以适应市场变化。

5. 激励机制：共享股东之间可以建立相关激励机制，通过共同分享门店的经营收益和利润，激发股东的积极性和创造力，提升门店的竞争力。然而，共享股东模式也存在一些挑战和风险。例如，共享股东之间的权益分配、决策权的行使、合作关系的管理等问题都需要妥善解决。此外，共享股东之间的利益冲突和合作协调也需要一定的管理和沟通能力。

一、全民股东

满足一定条件的会员申请成为股东后，可对商城的所有订单进行分红，、利润分红激励，助力提/升商城销售业绩。

优势如下：

- 1、激励股东积极推广，共同创造更大的效益
- 2、商城只要有消费，股东就会有分红
- 3、消费变成投资，提/高用户粘性
- 4、通过分红带动股东积极性，提/升商城销量

功能特性

定义基础规则设置

- 1、获取身份方式 按消费金额 购买指定产品
- 2、结算周期 按月发放 按周发放
- 3、结算时间 支付成功 订单完成
- 4、结算方式 零钱 购物币 积分
- 5、股东分红全局比例
- 6、商品分红全局比例
- 7、持两种分红模式

加权分红

· 按股东等级：每个等级每个用户每期结算的时候，每个用户的团队下销售金额(完成订单)每个等级统计每个用户团队下所有的销售金额(完成订单)所得占比

分级平分

- 统一比例：股东收益=店铺交易额*总收益百分比/所有股东人数
- 按股东等级：股东收益=店铺交易额*总收益百分比*当前等级分红比例/当前等级股东人数

二、共享股东

异业联盟，o2o 共享门店 供应商

三、共享股东应用描述

1、门店添加

添加需要参与股东分红的门店

2、规则设置

结算周期、结算时间、结算方式、分红方式

四、异业联盟店主权限

01 股东人数

显示本店的股东人数

02 线下买单分红设置

显示当前门店分红数据具体情况

03 分红数据面板

扫码二维码买单，老板可以提前设置买单毛利率比例， $\text{买单金额} \times \text{毛利率比例} \times \text{分红比例} = \text{分红金额}$

04 拼团、团购分红设置

老板可以单独设置每个拼团商品的成本价和设置团购商品单独成本价

五、共享门店

为您解决资金、客源、业绩三大难题

产品介绍

1、什么是共享门店

（一）传统的入股合伙形式与共享门店模式的对比

（1）传统的入股合伙形式

1. 股东干涉内部管理
2. 股东出钱不出力
3. 门店所有权被稀释
4. 门店单独承当经营压力

（2）共享门店

不占股权，不稀释股份，只拿分红

2. 不参与管理，避免多头管理混乱
3. 不分现有利润，只分创造的利润
4. 无论企业盈亏股东只要介绍并产生消费就有分红
5. 股东只贡献人脉资源，不参与企业具体管理
6. 需要投入的资金较少或者无需投入

（二）客户为什么愿意成为门店共享店铺股东

- 1、资源可以变现
- 2、寻找到合适的投资机会 实现资产的增值需求
- 3、享受股东的特权

（三）门店共享店铺：门店为什么愿意招募股东

- 1、筹集资金 消费返还

2、锁定客户 增加客源

3、带动业绩 成人达己

(四) 门店共享店铺：招募股东对象

1、互补性商家

红酒厂商&高端消费会所

2、门店大客户

高消费、高忠诚度客户

3、有资源的机构

如：商业协会&企事/业单/位

4、亲人、朋友

高信任度固有资源

(五) 门店共享店铺：如何分红

1. 股东享受人脉长期的分红

2、 股东可以享受人脉

下级的消费分红

3. 系统支持与手机绑定，

实时分红金额提醒， 精准无误

(六) 门店共享店铺：业绩展示如下图

共享门店是一种新型的经营模式，旨在解决传统的入股合伙模式存在的问题。通过共享门店，股东可以享受门店的利润分红，同时也需要参与门店的经营管理，共同推动门店的发展。通过定制基础规则设置，可以定义股东的获取身份方式、结算周期、结算时间、结算方式等，以及股东分红的比例和模式。同时，共享门店还可以与异业联盟、供应商等进行合作，共享门店的资源和客源，进一步提/升门店的业绩。总之，共享门店是一种创新的经营模式，通过股东的参与和分红激励，可以解决资金、客源和业绩等难题，促进门店的健康发展。

六、共享系统

共享模式是通过共享系统设置一整套完整的传播方案，可以让老客户主动帮你转介绍的模式，利用共享模式可以轻松挖掘客户背后的客源，快速裂变，短时间内有效提/高到店客户数量。

（一）传统营销方式vs共享模式

（1）传统营销方式

100张传单zui多100个客户

营销陌生客户

低信任度 低转化率

费用高

传单印刷费、发单人员费用、监督成本

（2）共享模式

100张优惠券--100个客户

挖掘老客户拓客

高信任度 高转化率

费用低(只需系统软件费用)

（二）共享盈利模式原理如下图

zui后，总的来说，共享股东，门店共享是一种创新的商业模式，为个人和企业带来了新的商机和发展机会。通过共享股东，个人和企业可以降低投资风险、实现资源共享和互通、开拓更多的商业机会。但是，共享股东模式也需要解决一些挑战和风险，需要建立良好的合作关系和管理机制。只有在各方的

共同努力下，共享股东模式才能够取得成功。

感兴趣的老板，欢迎咨询。

注明：小编所有分析的项目，只是分析商业模式，小编没有参与任何分析过的项目运营，也不投资参与任何项目，不做任何项目私下评估，（以上分析均不构成任何投资建议）

小编介绍：

微三云集团 麦超：

毕业于广东中山大学，微三云信息总经理、微三云资源总监，微三云首席商业模式策划导师

本人在软件开/发和商业模式策划行业至今已经9个年头，累计亲自服务5000+客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（旗下子公司：微三云信息/微二云/微三云大数据/鸿云/商二/商六/莞云/莞带/莞链）

公司规模：公司经营已超12年，整栋5000平方写字楼，年营业额1~2亿，全职员工300人（全职开/发技术200+人），服务过百亿级平台超过30家，服务过创业平台超过20万家。

资/质：旗下3家双软认证企业，4家高新技术认证企业，1家专精特新认证企业，自主专利30多项，软著300多个

主营各种创新营销模式开/发，支持各种小程序商城，公众hao商城，原生app，DAPPI功能定制！

地址：东莞市石排镇瑞和路1hao松山湖高新技术创新园B座整栋（负一层电梯直上504麦总办公室）

无论是否合作，我都将是您选购软件的军师和朋友！

备注：来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式

扩展阅读：

微三云企业价值观使命：让再小的商家，也拥有自己的卖货系统1.

去中心化，让商家不再依附大平台，让商家不再受大平台的克扣抽成；2.

可定制化，让商家可以建立自己独特的商业模式；微三云商学院认为，用户洞察是在引流获客、留存转化后的又一重要环节，以数据为依据优化产品与运营。通过基于数据的深度处理及模型分析，帮助企业挖掘用户特征及价值，更好地制定精准且差异化的营销策略，从而实现长期用户维护、提升用户忠诚度与复购可能性。正如前文所说，“私域”的概念诞已经有5年，已经逐步从粗放经营转向精细化经营时代，对品牌商家来说，最重要的就是需要了解不同平台差异，

制定完善的私域运营策略，持续经营、快速迭代，以提升企业的数字化生命力